

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komunikasi mengalami tumbuh dan berkembang dari waktu ke waktu, hal tersebut juga ditandai dengan perkembangan pesat media massa khususnya televisi. Pertumbuhan komunikasi dan teknologi dari masa ke masa mengalami perkembangan yang signifikan. Mulai dari teknologi dan komunikasi seperti televisi, handphone, computer, radio dan internet saat ini mencapai perkembangan yang sangat pesat, baik dari aspek kecepatan, jangkauan dan kemudahan dalam mengakses berita atau sebuah informasi. Pencarian sebuah informasi ataupun berkomunikasi dengan orang lain dimana pun berada menjadi salah satu manfaat dari pemakaian teknologi komunikasi dan teknologi. Tetapi dengan aspek kemudahan dalam mengakses informasi, terkadang manusia meremehkan dan tidak dapat menyaring mana informasi yang mengandung nilai positif maupun negatif. (Effendy, 2000:117).

Televisi adalah salah satu teknologi dan komunikasi yang mempunyai kelebihan besar untuk menggiring sebuah opini yang di sampaikan ke masyarakat. Dengan kemampuan akses yang sifatnya menyeluruh dan jangkauan informasi yang terbentang luas, televisi ialah satu dari sekian media yang berisikan gambar gerak dan suara (audio visual).

Televisi sebagai komunikasi massa, bersifat satu arah dan berfungsi sebagai sarana hiburan, informasi, dan edukasi. Komunikasi massa dengan media televisi

merupakan proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan (massa) melalui sebuah sarana yaitu televisi (Effendy, 2000: 149-150).

Sejauh ini televisi yang menyuguhkan 3 format dan berbagai jenis program acara dengan kualitas siaran berstandar televisi internasional adalah NET TV. Sudah tidak asing lagi dengan program acara yang memiliki pendekatan yang khusus ditargetkan dikalangan muda saat ini. Sesuai dengan slogannya “Televisi Masa Kini”, NET TV memberikan inspirasi yang sangat besar terhadap penontonnya, terlebih untuk kawula muda.

Resmi di luncurkan pada tanggal 26 Mei 2013, NET (News and Entertainment Television) adalah sebuah stasiun televisi swasta yang beroperasi di Indonesia. Mengambil alih siaran terrestrial Spacetoon Indonesia sebagai saham yang di akuisisi oleh Indika Grup, terdapat perbedaan dengan terrestrial Spacetoon yang tayangan acaranya dominan di pertunjukkan untuk anak-anak, kini program NET TV lebih di pertunjukkan untuk kawula muda dan keluarga. Saluran komunikasi lain seperti youtube, Instagram dan jejaring sosial lainnya menjadi alternative NET TV menyiarkan ulang kontennya.

NET TV merupakan salah satu dari sekian banyak stasiun Televisi yang menyuguhkan konten hiburan layar kaca. NET TV berdiri dengan semangat bahwa informasi dan konten hiburan di masa yang akan datang akan lebih dekat ke seluruh lapisan masyarakat Indonesia, lebih mudah di akses, lebih propadu, dan lebih mendalam, berbeda dengan stasiun televisi yang lainnya. Kapanpun dan dimanapun, masyarakat dapat mengakses program tayangan NET TV secara tidak terbatas dengan menggunakan konsep multiplatform sejak dari pertama kali berdiri.

Konten tayangan NET TV sangat berbeda dengan tv swasta lainnya, NET TV lebih mengedepankan fakta bukan rumor ataupun gosip. Sedangkan untuk tampilan NET TV hadir dengan tampilan Full HD.

Di dalam format tayangan fiksi ini ada salah satu program acara yaitu Komedi Situasi atau biasa disebut sebagai Sitkom. Sitkom yang merupakan salah satu program televisi berformat Fiksi sekarang ini sedang banyak digemari baik dari kalangan remaja, dewasa sampai orang tua. Hal tersebut diperkuat berdasarkan pendekatan komunikasi yang secara verbal menunjukkan aktifitas keseharian yang dialami masyarakat Indonesia. Selain itu, sitkom sering dianggap sebagai program acara hiburan yang berkualitas, dikemas dengan ringan dan menarik.

Saat ini Sitkom banyak di gemari karena tidak dapat di pungkiri bahwa program acara sitkom sendiri menyajikan suatu hal yang fresh dan mudah dicerna serta menghibur. Program sitkom mudah diolah dan dideskripsikan karena hanya memakan waktu 60 menit dengan tema yang berubah-ubah dari waktu ke waktu dengan menggunakan latar belakang, lokasi, dekorasi dan karakter yang hampir sama setiap kali tayang di televisi. Situasi Komedi atau yang biasa di sebut dengan Sitkom ialah tayangan ber-genre komedi yang berasal dari radio, tetapi sekarang lebih sering di temui di televisi. Sitkom biasanya hanya dengan satu latar belakang seperti tempat kerja atau rumah dan terdiri dari beberapa karakter yang tidak berbeda jauh dari episode ke episode.

Salah satu acara sitkom yang menarik khalayak terutama remaja yang berstatus mahasiswa Ilmu Komunikasi adalah “The East”. Acara sitkom besutan salah satu Televisi swasta di Indonesia yaitu NET TV ini mendapat banyak

perhatian dari pemirsanya karena berhasil membuat program acara yang fresh. Mengambil konsep produksi televisi dibalik layar, “The East” memiliki daya tarik melalui cara berkomunikasi yang terkesan santai dan memiliki daya tarik khusus untuk para pekerja seni digital.

Program “The East” sendiri pertama kali diudarakan NET TV pada 15 januari 2015, “The East” merupakan program komedi situasi (SITKOM) yang menyajikan bagaimana situasi dibalik layar sebuah program news yang ditayangkan oleh NET TV, yaitu entertainment news. Para talent yang terlibat disini memerankan orang-orang yang mempersiapkan program entertainment news, seperti Executive Producer, Producer, Creative, Production Assistant dan tentu saja Host. Serial ini sengaja di buat untuk menginformasikan kepada pemirsa tentang apa dan bagaimana kerja dari seorang Broadcaster di stasiun televisi, bagaimana kerja orang-orang di belakang layar yang membuat sebuah acara dapat tersiar dengan baik sekaligus ditambah dengan suasana komedi.

“The East” merupakan acara situasi komedi yang digarap oleh rumah produksi Seribu Layar Sinema dan NET. Entertainment. Tidak seperti program televisi lain yang tayang setiap hari, “The East” hanya tayang setiap hari sabtu dan minggu pukul 18.00-19.00 dengan durasi 60 menit Tayang 2 kali setiap minggunya membuat penonton tidak cepat bosan dan memiliki kualitas alur cerita yang cukup menarik.

Selain itu “The East” diperankan oleh artis papan atas yang sering terlihat dilayar kaca televisi maupun di layar lebar seperti : Sutan Simatupang sebagai Dhewo (Kepala Departmen Produksi), Dwi Sasono sebagai Dwi (Kepala Divisi),

Gista Putri sebagai Gista (Produser), Ge Pamungkas sebagai Andhika (Asisten Produksi), Sahira Anjani sebagai Iren (Kreatif / Reporter Junior), Caesar Gunawan sebagai Caesar (Host), Tanta Ginting sebagai Fajar (Kameramen), Andhry Busiarsha sebagai Ikin (Office Boy), Lukman Sardi sebagai Lukman (Direktur), Aubry Beer sebagai Aubry (Host), Laura Theuxx sebagai Beby (Asisten Produksi), Karina Salim sebagai Karin (Produser), Mike Ethan sebagai Gilang/Gito (Asisten Produksi), Marlo Ernesto sebagai Rio (Kreatif), Twindy Rarasati sebagai Clarissa (Kreatif), hingga Dian Sastrowardoyo, membuat “The East” semakin dekat dengan pemirsa terlebih penonton Remaja.

Hubungan antara program acara “The East” dengan program studi Ilmu Komunikasi sangat dekat. Hingga tidak sedikit mahasiswa Ilmu Komunikasi yang memiliki ketertarikan untuk bekerja di industri pertelevisian setelah melihat tayangan “The East”. “The East” merupakan sebuah tayangan hiburan yang menjadi magnet terkuat mahasiswa Ilmu Komunikasi karena mengambil konsep produksi program acara dalam kemasan dibalik layar. Membuat mahasiswa Ilmu Komunikasi memiliki potensi ketertarikan atau minat bekerja yang lebih besar.

Menariknya, ketika masyarakat khususnya mahasiswa ilmu komunikasi menggambarkan sitkom “The East”, adalah tujuan mahasiswa Ilmu Komunikasi. Meskipun sebenarnya siapa saja bisa menjadi pelaku profesi sekalipun berasal bukan dari jurusan yang tidak berkaitan. Setidaknya, dalam tayangan “The East” memberikan visual yang menarik untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi. Melalui sitkom “The East”, seorang mahasiswa Ilmu Komunikasi menjadi tau bagaimana situasi dibalik layar mulai dari tahap pengumpulan data lapang atau survei, mengolah data dengan tim kreatif, melakukan brainstorming dengan tim, hingga

live broadcaster yang ditayangkan. Tayangan ini sangat membantu untuk mengetahui bagaimana keseharian dalam bekerja di industri pertelevisian. Tidak hanya berada pada kondisi genting saat produksi, “The East”-pun memperlihatkan candaan khas milik anak-anak produksi yang sangat dekat dengan keseharian mahasiswa Ilmu Komunikasi. Dalam beberapa scene-nya, menunjukkan bahwa ide kreatif muncul saat diluar meeting. Khususnya mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2016/2017 yang kelak akan memasuki dunia kerja setelah mengenyam pendidikan di bangku kuliah, sangat berpotensi besar untuk menjadikan tayangan “The East” sebagai program belajar di balik layar dunia pertelevisian.

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan sangat menarik bagi penulis untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Tayangan Program “The East” terhadap Minat kerja di Media (Studi Terhadap Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2016/2017) dan juga menjadi hal yang menarik ketika seorang mahasiswa Ilmu Komunikasi dikaitkan dengan minat bekerja didalam industri pertelevisian setelah menonton tayangan tersebut. Pasalnya dari latar belakang tugas dan kewajiban seorang mahasiswa Ilmu Komunikasi adalah berkarya dalam seni digital. Hal ini yang memberikan faktor pengaruh mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk memiliki potensi minat bekerja di media atau tidak.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Adakah pengaruh intensitas menonton tayangan

program “The East” terhadap minat kerja di media pada mahasiswa S1 jurusan ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2016/2017?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh intensitas menonton tayangan program “The East” terhadap minat kerja di media pada mahasiswa S1 jurusan ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2016/2017?

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baru dan refrensi tentang pengaruh intensitas menonton tayangan program “The East” terhadap minat kerja di media pada mahasiswa S1 jurusan ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2016/2017, khususnya untuk mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi.
- b. Menjadi salah satu refrensi tugas-tugas mahasiswa Ilmu Komunikasi.

1.4.2. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya perbendaharaan penelitian dan kajian komunikasi.

b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang luas mengenai pengaruh intensitas menonton tayangan program “The East” terhadap minat kerja di media pada mahasiswa S1 jurusan ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2016/2017.

